
Themenheft Nr. 42: Optimierung in der Medienpädagogik.
Forschungsperspektiven im Anschluss an den 27. Kongress der DGfE
Herausgegeben von Patrick Bettinger, Klaus Rummler und Karsten D. Wolf

Mediale Optimierung der Kindheit? **An Kinder adressierte Ratgebermedien im Spiegel einer explorativen Inhaltsanalyse**

Ulf Sauerbrey und Claudia Schick

Zusammenfassung

Neben Ratgebern für Eltern und Lehrpersonen existieren ebenso Ratgebermedien, die sich an Kinder richten und die diesen zu verschiedenen Themen Ratschläge bezüglich einer Verhaltensoptimierung darbieten. Da hierzu bislang kaum Forschungsliteratur existiert, stellt der Beitrag eine Untersuchung vor, in der an Kinder in der mittleren Kindheit adressierte mediale Ratgeberangebote auf dem Buchmarkt und im Internet erhoben und mit Blick auf die angebotenen Themen inhaltsanalytisch ausgewertet wurden. Diese zeigen sich heterogen: Auf dem Buchmarkt wird vor allem Rat zu den Themen Aufklärung/Sexualität, Selbstbewusstsein/Selbstbestimmung, Soziales Verhalten/Streit/Konfliktlösung sowie Umwelt/Nachhaltigkeit gegeben. Im Internet hingegen finden sich zum Teil Themen, die auf dem Buchmarkt nicht vorkommen. Von den entsprechenden Themenüberblicken ausgehend wird anhand eines dokumentenanalytisch ausgewerteten Samples zudem eine erste Charakteristik der kommunikativen Elemente medialer Kinderratgeber herausgearbeitet. Hierbei zeigen sich Blogs im Vergleich zu Büchern überraschenderweise weniger vielfältig. Allerdings ist zu vermuten, dass sich digitale Ratgeberangebote in Bezug auf die gewählten Themen näher an der medialen Lebensrealität von Kindern in Deutschland bewegen. Basierend auf diesen ersten Ergebnissen werden Strategien für die künftige Erforschung von Ratgebermedien für Kinder auf der Angebotsseite vorgeschlagen.

Medial optimization of childhood? An overview of advice media addressed to children

Abstract

In addition to advice media for parents and teachers, there are also advice media addressed to children, which offer them advice on various topics to optimise their behaviour. Since there is hardly any research on this topic yet, this article presents a study in which media advice offerings on the book market and on the Internet addressed to children in middle childhood were collected and analysed with regard to the topics. The topics appear to be heterogeneous: On the book market, for example, advice is given primarily on the subjects of education/sexuality, self-confidence/self-determination, social behaviour/contention/

conflict resolution and the environment/sustainability. On the Internet, on the other hand, there are sometimes topics which do not occur on the book market, e.g. the so-called school hacks. Based on the corresponding topic overviews, an initial characteristic of the communicative structures of advice media for children will be worked out using a sample examination based on document analysis. In this context, blogs seem to be surprisingly less diverse than books. However, it is to be assumed that digital advice offers are oriented more closely to the media reality of children's lives in Germany regarding to the selected topics. Based on these initial results, strategies for future research on advice media for children on the offering side will be presented.

1. Ratgebermedien für Kinder – ein Desiderat

In den vergangenen Jahren wurden zunehmend Ratgebermedien für Erwachsene erforscht. Ratgeberbücher werden z. B. für Eltern zum Thema Erziehung und Pflege (vgl. Höffer-Mehlmer 2003) sowie zur Kindergesundheit (vgl. Sauerbrey et al. 2018), für Lehrpersonen zur Optimierung der eigenen Lehrtätigkeit oder des Lernens der Schülerinnen und Schüler (vgl. Krüger und Konrad 2019; Vidal 2019), für Erwachsene zum Thema Glück und Erfolg (vgl. Kleiner und Suter 2015; Bröckling 2002) sowie für die eigene Lernoptimierung (vgl. Hoffmann 2010) und schliesslich auch in der bekannten Form des Kochbuchs (vgl. Oels und Vogel 2012) angeboten (für eine grundlegende Übersicht: vgl. Schmid et al. 2019). Neben den Ratgebern in Buchform wurden dabei teilweise auch digitale Medien wie Eltern-Apps (vgl. Knauf 2011) oder Familienblogs (vgl. Knauf 2019) in den Fokus genommen. Demgegenüber steht jedoch eine breite Forschungslücke hinsichtlich *der an Kinder adressierten Ratgebermedien* (vgl. Heinecken 2016; John 2005).

Bei Ratgebermedien für Kinder könnte es sich zwar auf den ersten Blick um ein kulturhistorisch neues Phänomen von Medienkindheit handeln. Allerdings existierten schon um 1800 ähnliche Textklassen – so etwa das im Jahr 1797 von Sophie von La Roche veröffentlichte Buch mit dem Titel «Mütterlicher Rath für junge Mädchen» (vgl. La Roche 1797), das zu den «moralisch-belehrenden Schriften» des 18. Jahrhunderts gezählt werden kann und das einen konzeptuellen Vorläufer der so genannten «Backfischliteratur» (vgl. Grenz 1981) darstellt. Für die Kinder- und Jugendliteratur im 18. und 19. Jahrhundert wurde zudem nachgewiesen, dass sie appellative Textfunktionen aufwies, die die jungen Leserinnen und Leser nicht bloss informierte, sondern explizite Ratschläge bzw. normative Aufrufe dazu enthielt, wie sie sich zu verhalten haben – so etwa hinsichtlich diätetischer Grundsätze (vgl. Nassen 1988). In den sechziger und siebziger Jahren des 20. Jahrhundert waren dann vor allem die medialen Ratschläge zum Thema Sex und Sexualität in der Jugendzeitung Bravo populär geworden (vgl. Sauerteig 2010).

Auch die heute weit verbreiteten digitalen Angebote weisen hinsichtlich ihrer appellativen Funktionen Ähnlichkeiten zu ‹klassischen› Ratgebern auf. So sind vor allem Videotutorials, Erklär- und auch Lehrvideos als kulturhistorisch neue Formen der Online-Medien für Kinder und Jugendliche in den Blick der Medienpädagogik gerückt worden (vgl. Valentin 2018; Rummler 2017; Wolf 2015). Allerdings fehlt bislang eine Untersuchung dazu, inwieweit sich solche Formate tatsächlich als Ratgebermedien definieren lassen. Zudem ist ‹Ratgeber› bislang kein einschlägiger medienpädagogischer Begriff.¹ Wolfgang Ruge hat jedoch im Rahmen eines DFG-Netzwerks, in dem von 2016 bis 2019 zu Ratgebermedien geforscht wurde, am Beispiel der Youtuberin ‹Bibi› zeigen können, dass es sich bei ihren Tutorials prinzipiell um ein Ratgebermedium handelt, wenngleich die kommunikativen Elemente andere zu sein scheinen als bei den traditionellen Print-Ratgebern (vgl. Ruge 2019).

Vor diesem Hintergrund hat jüngst eine Explorationsstudie die Inanspruchnahme von Ratgebermedien durch Kinder hinsichtlich der medialen Formate und Themen in den Blick genommen (vgl. Sauerbrey et al. 2020). Durch eine qualitative Inhaltsanalyse von vier Expertinneninterviews und von 30 Interviews mit sechs- bis dreizehnjährigen Kindern konnte deren Nutzung von Ratgebermedien mit einer hohen thematischen Vielfalt an Anleitungen, Ratschlägen und Tipps mittels verschiedener Medien nachgewiesen werden. Dabei schien es sich jedoch nicht nur um explizit als Ratgeber ausgewiesene Medien zu handeln. Die interviewten Kinder gelangten häufig auch über Unterhaltungs- und Informationsmedien (neben Kinderbüchern auch durch online-Videos von YouTuberinnen und YouTubern) an Ratschläge, Anregungen und Tipps, und dies mit zunehmender Tendenz gegen Ende des Grundschulalters. Zudem bot dabei nicht immer eine konkrete Suche nach Rat den Anlass für die Inanspruchnahme medialer Ratschläge; es fanden auch beiläufige und zufällige Formen der Inanspruchnahme statt. Themen, zu denen die Kinder sich Rat und Hilfestellungen in Medien suchten, sind vor allem Backen und Kochen, Basteln und Kreatives, die Pflege von und der Umgang mit (Haus-)Tieren, Haarstyling, Fingernägel und Schminken, Tanzen, Lösungen für digitale Spiele, Malen und Zeichnen sowie Sport (vgl. ebd.). Diese Ergebnisse decken sich an vielen Stellen mit denen der Bremer Untersuchung über Themen, zu denen Jugendliche mittels online-Videos selbstständig lernen (vgl. Rummler und Wolf 2012).

Ausgehend von unserer Voruntersuchung zur Inanspruchnahme haben wir für den vorliegenden Beitrag eine Anschlussstudie zum thematischen Angebot von Ratgebermedien für Kinder in der mittleren Kindheit auf dem Buchmarkt und im Internet durchgeführt. Da Ratgeber mannigfaltige Vorschläge zur Lebensgestaltung

1 Anders ist dies inzwischen in der Literaturwissenschaft der Fall (vgl. Ott und Kiesendahl 2019). Und auch die Sprachwissenschaft im Allgemeinen widmet sich vermehrt Ratgebern – so etwa mit Blick auf eine Tagung mit dem Titel ‹Ratgeberpraxis in der spätmodernen Gesellschaft: Sprache, Normierung, Wissen›, die von Mathilde Hennig und Robert Niemann für März 2020 geplant war, dann jedoch aufgrund der Corona-Pandemie verschoben wurde.

bieten und als zentrale Optimierungsmedien gelten können, anhand derer das «Unternehmerische Selbst» sich einem Optimierungs- und Anpassungszwang unterwirft (vgl. etwa Bröckling 2002), waren wir dabei anfänglich von der Annahme ausgegangen, dass Ratgebermedien für Kinder ähnlich skeptisch betrachtet werden könnten, wie auch Ratgeber für Eltern in der Forschung kritisch beleuchtet werden.² Wir nahmen an, dass Ratgebermedien ihre Rezipientinnen und Rezipienten regelrecht zur «Selbstformung» (Heimerdinger 2015, 97) bzw. zur «Selbstinszenierung» (Thompson 2013, 19) zwingen. So liess sich unter Verwendung einer Formulierung von Norbert Ricken (2013) auch für Ratgebermedien annehmen, dass diese grundsätzlich mit einem «Versprechen der Steigerbarkeit und Verbesserbarkeit des Selbst» (ebd., 240) argumentieren und eine mediale Form der Fremdbestimmung darstellen könnten. Unsere explorative Studie zur Inanspruchnahme deutete jedoch schon bei der Nutzung von Ratgebermedien durch die interviewten Kinder an, dass diese die Ratgebermedien oft relativ selbstbestimmt und mit dem Ziel der Autonomie verwenden (vgl. Sauerbrey et al. 2020). Eine Untersuchung des Angebotsbereiches soll vor diesem Hintergrund auch die Möglichkeit bieten, Näheres über die Themen und kommunikativen Elemente von Ratgebermedien für Kinder zu erfahren.

Um das gegenwärtige mediale Ratgeberangebot für Kinder beleuchten zu können, schien uns zunächst ein auf Basis der Ergebnisse unserer Interviewstudie gegliederter Themenüberblick notwendig. Hierfür haben wir die folgenden Forschungsfragen gestellt: Welche Ratgeberthemen für Kinder stehen *auf dem Buchmarkt* zur Verfügung? Und: Welche Ratgeberthemen und welche medialen Formate stehen *im Internet* zur Verfügung?³ Um einen ersten Schritt in Richtung eines Vergleichs der Ergebnisse zu gehen, haben wir zudem gefragt, *welche kommunikativen Elemente buchförmige und im Internet angebotene Kinderratgeber im Vergleich* aufweisen.

Die diesen drei Forschungsfragen entsprechenden und teils verzahnten, teils aufeinander aufbauenden Forschungszugänge werden im Folgenden vorgestellt, gefolgt von einer entsprechend drei-gegliederten Darstellung der Ergebnisse. Abschliessend findet sich neben einer Diskussion der Ergebnisse und der Forschungsmethoden eine Darstellung möglicher Strategien für die künftige Erforschung von Ratgebermedien für Kinder auf der Angebotsseite.

2 Im Falle von Elternratgebern zur Säuglingspflege etwa wurde nachgewiesen, dass streng routinierte Optimierungsstrategien der Pflege bei Leserinnen und Lesern z. T. mehr Sorgen (bis hin zu depressiven Symptomen) induzieren können, als sie Probleme lösen (vgl. Harries und Brown 2017).

3 Die Schwerpunktsetzung bei unserer Recherche nach den Ratgeberangeboten auf Bücher und auf das Internet im Allgemeinen hatte forschungspragmatische Gründe. Eine umfassende Untersuchung zu Ratgeberangeboten für Kinder eigens und ausschliesslich auf YouTube soll noch folgen. Andere in unserer Inanspruchnahmestudie identifizierte Medien wie Zeitungen/Magazine, Kataloge, Pinterest, Instagram, bestimmten Produkten beiliegende Anleitungen oder kostenlose Werbezeitungen haben wir in der vorliegenden Anschlussstudie nicht untersucht, da sie in quantitativer Hinsicht eher selten als Ratgebermedien genutzt worden waren (vgl. Sauerbrey et al. 2020).

2. Forschungslogik: Erhebung und Auswertung der Daten

Den o. g. Forschungsfragen entsprechend haben wir drei spezifische Zugänge zu geeigneten Daten gewählt. Im ersten Schritt haben wir an Kinder adressierte Ratgeber über den Buchmarkt erfasst (1). Zeitlich parallel dazu haben wir Ratgebermedien für Kinder aus dem Internet erhoben (2). Beide Erhebungsschritte waren verzahnt, um mit entsprechenden Treffern die jeweils andere Suchstrategie zu optimieren. Im Anschluss wurden aus den zwei generierten Datensätzen jeweils zwei Ratgeberangebote für Kinder ausgewählt, um diese im Rahmen einer Dokumentenanalyse hinsichtlich ihrer kommunikativen Elemente auszuwerten und zu vergleichen (3). Die drei forschungsmethodischen Zugänge werden in diesem Kapitel skizziert.

Vorab jedoch noch eine Begriffsklärung: Die *mittlere Kindheit* wird im vorliegenden Beitrag wie in einschlägigen medienpädagogischen Veröffentlichungen als das Alter zwischen sechs und 13 Jahren verstanden (vgl. Fuhs 2014; Feierabend, Rathgeb, und Reutter 2019). Der unserer Studie zugrunde liegende Begriff der *Ratgebermedien* ist auf der Angebotsseite v. a. durch seine appellative Funktion für die Selbst- und/oder Fremdoptimierung gekennzeichnet. Hierbei wird auf eine literaturwissenschaftliche Perspektive zurückgegriffen, die für die Medienpädagogik fruchtbar gemacht werden kann: Verschiedene Medien können demnach als eine Ratgebende Textklasse bestimmt werden, sofern sie *Rat geben als Textfunktion* (vgl. Ott und Kiesendahl 2019) bzw. – hier auf andere Medien erweitert – *als Kommunikationsfunktion* enthalten. Sie fokussieren in dieser Funktion nicht primär darauf, wie etwas ist, sondern vor allem darauf, wie etwas sein soll, und bieten dementsprechend Ratschläge, Anleitungen, Handlungsrichtlinien und Tipps, wie es zu diesem oder jenem Soll-Zustand kommen könne (vgl. hierzu ausführlich: Sauerbrey et al. 2020). Dass eine solche Ratgebende Kommunikationsfunktion z. B. auch für Videotutorials gelten kann (vgl. Ruge 2019), zeigt auch eine an Wolfgang Sünkels Erziehungstheorie angelehnte Untersuchung von Katrin Valentin: «(d)ie sachgerechte und erfolgreiche Anfertigung einer Flechtfrisur» durch ein Videotutorial erfordert «die Vermittlung und Aneignung bestimmter Kenntnisse (z. B. Reihenfolge der Flechtschritte), Fertigkeiten (z. B. Handhaltung) und Motive (z. B. Ästhetische Ansprüche)» (Valentin 2018, 9; vgl. bzgl. Erklärvideos etwa: Rummler 2017; Wolf 2015). Durch Tutorials werde demnach vor allem prozedurales Wissen vermittelt, d. h. ein Wissen darüber, wie etwas getan wird und werden soll (vgl. Valentin 2018). Zur Identifikation von Ratgeberangeboten für Kinder haben wir in der hier vorgelegten Untersuchung daher einen Ratgeberbegriff verwendet, der auf dieses prozedurale Wissen und entsprechende Handlungsappelle

abhebt. In den von uns erfassten und an Kinder adressierten Medien mussten demnach Ratschläge, Anleitungen, Handlungsrichtlinien und/oder Tipps erkennbar sein, wie es zu einem bestimmten Soll-Zustand kommen kann.⁴

2.1 Zugang über den Buchmarkt

Um die an Kinder adressierten Ratgeber auf dem Buchmarkt zu erfassen, wurden in einem ersten Schritt eine systematische und eine unsystematische Recherche durchgeführt. Zunächst zum systematischen Vorgehen: Da im Jahr 2017 74% der in einer Studie befragten Menschen in Deutschland mindestens ein Buch über das Buchhandelsportal amazon.de gekauft haben und dieses Portal somit hierzulande das am meisten genutzte Online-Medium zum Bücherkauf ist (vgl. Statista 2019), haben wir dort zwischen dem 20. Januar und 19. Februar 2020 nach angebotenen Ratgeberbüchern für Kinder recherchiert (zur Erhebungsform: vgl. Ramos und Youngclarke 2006). Mit den Suchwortanfragen «Ratgeber für Kinder», «Kinderratgeber» und «Rat für Kinder» sowie mit themenspezifischen Suchworten, die sich aus den Interviews mit Kindern (vgl. Sauerbrey et al. 2020), und auch mit Treffern, die sich aus der Recherche nach Ratgebermedien im Internet (vgl. dazu das folgende Unterkapitel) ergeben haben, wurden alle adressierten Druckwerke, in denen Appelle zur Optimierung des eigenen Verhaltens vermutet werden konnten, erfasst. Um die Adressierung der Bücher an Kinder zwischen sechs und dreizehn Jahren im Anschluss sicherzustellen, haben wir uns neben expliziten Ausweisungen auf den Klappentexten der Bücher auch auf die Altersempfehlung gestützt, die im Buchhandelsportal angegeben war. Die unsystematische Recherche fand mittels der Suchmaschinen Google sowie Google Books statt, wo wir im Allgemeinen mit den Stichworten «Kinderratgeber» und «Ratgeber für Kinder», aber auch im Besonderen zu den Ratgeberthemen sowie Autorinnen und Autoren, die wir in der systematischen Recherche erfassen konnten, gearbeitet haben. Mit den Suchbegriffen haben wir so lange recherchiert, bis unter Verwendung und Kombination themenspezifischer Suchwörter keine neuen Bücher mehr gefunden werden konnten. Alle Buchtitel wurden mittels des Literaturverwaltungsprogramms Citavi samt Buchlayouts und Klappentexten in eine Bücherliste eingelesen. Im Anschluss wurden daraus mit einem automatischen Verfahren Dubletten entfernt. Um die Liste übersichtlich zu gestalten, haben wir bei Mehrfachauflagen nur die neusten der Bücher in der Bibliografie belassen.

4 Wir können an dieser Stelle lediglich auf diese Gemeinsamkeiten literaturwissenschaftlich angelegter Ratgeberforschung (vgl. Ott und Kiesendahl 2019) und (neuerer) medienpädagogischer Forschung bspw. zu Videos im Internet hinweisen, das systematische Problem einer gewissen Unschärfe, die auch unserem Arbeitsbegriff der Ratgebermedien zugrunde liegen mag, aber hier nicht lösen. Es erscheint jedoch u.E. fruchtbar, die Spur des Appellativen in verschiedenen traditionellen und digitalen Medien auch in der medienpädagogischen Begriffs- und Theoriearbeit weiter zu verfolgen.

Den generierten Datensatz haben wir anschliessend in einer Inhaltsanalyse auf Basis der Buchtitel, Cover und Klappentexte bzw. Verlagsmeldungen unter Verwendung der Software MAXQDA ausgewertet und dabei die Themen, zu denen Ratschläge erteilt werden, kodiert (vgl. Kuckartz 2016).

2.2 Zugang über das Internet

An Kinder adressierte Ratgebermedien im Internet liessen sich aufgrund der verfügbaren Datenfülle im Vergleich zu den Ratgeberbüchern weitaus schwieriger erfassen, da hier kein systematisches Vorgehen im engeren Sinne angewandt werden konnte. Aus diesem Grund haben wir die Ergebnisse aus den Expertinneninterviews und aus den ersten 19 Kinderinterviews, die bis zum Erhebungsbeginn in der parallelen Inanspruchnahmestudie geführt worden waren (vgl. Sauerbrey et al. 2020), als Ausgangspunkt veranschlagt und zwischen dem 20. Januar und dem 16. Februar 2020 gezielt nach thematischen Online-Angeboten für Kinder mit Hilfe der Suchbegriffe «school hacks», «Haustier», «Mode», «Kleidung», «Schminken», «Beauty», «Freunde», «Freundschaft», «Basteln», aber auch mit allgemeinen Suchbegriffen wie «Ratgeber für Kinder», «Kinderratgeber» und «Rat für Kinder» recherchiert. Verwendet wurden dabei vor allem die für Kinder entwickelten und von diesen genutzten Such- und Informationsportale www.fragfinn.de, schule.fragfinn.de, antolin.westermann.de, www.blinde-kuh.de, www.seitenstark.de, www.hanisauland.de, aber auch kidipedia.de.⁵ Ergänzend haben wir für die Recherche auch die Datenbank «Apps für Kinder» des Deutschen Jugendinstituts und die Suchmaschine Google herangezogen. Untersucht wurden neben ausschliesslich oder vorrangig schriftlichen digitalen Angeboten auch audiovisuelle Medien wie Fotos und Filme auf Homepages, in Blogs und in Videochannels. Nicht erfasst haben wir Online-Verweise auf buchförmige Kinderratgeber, die auch gedruckt vorliegen.

Auch dieser Datensatz wurde mittels MAXQDA inhaltsanalytisch ausgewertet, indem wir die Themen, zu denen Ratschläge erteilt werden, kodiert haben (vgl. Kuckartz 2016).

2.3 Sample für den Vergleich kommunikativer Elemente

Um die kommunikativen Elemente der in Druck vorliegenden und der digitalen Ratgeberangebote für Kinder zu analysieren, haben wir vier Angebote aus dem Datenkorpus mit dem Ziel einer thematisch maximalen Kontrastierung ausgewählt. Die Intention bei der Analyse einzelner Angebote war nicht, einen repräsentativen Überblick über die verschiedenen Darstellungsweisen der Ratgeberthemen zu liefern.

5 Zu letztgenannter Seite wurde uns vom Betreiber ein Zugang eingerichtet. Wir danken hierfür Markus Peschel und seinem Team an der Universität des Saarlandes.

Auch ein Anschluss an frühere Kinderratgeberforschung war durch den marginalen Forschungsstand nicht möglich, so dass wir die zu analysierenden Medien im Wesentlichen entlang von zwei Kriterien ausgewählt haben (purposeful sampling): Das erste Einschlusskriterium für die Materialauswahl war ein expliziter Hinweis auf Ratsschläge und Problemlösungsangebote bereits im Titel bzw. in der Überschrift des Mediums (z. B. durch «Ratgeber über», «Tipps für ...», «Wege zu ...», «Hacks» etc.). Das zweite Einschlusskriterium ergab sich auf Basis der zuvor im Überblick erfassten Ratgebermedien, die sich in vielen Fällen entweder auf den Kontext bzw. Sozialisationsort Schule oder auf Themen des näheren privaten Lebensumfelds von Kindern bzw. auf den Sozialisationsort Familie ausrichten. Hier haben wir das Prinzip der maximalen Kontrastierung mit dem Ziel angewandt, zu beiden Sozialisationsorten eine Auswahl zu treffen. Aus dem Angebot der buchförmigen Kinderratgeber wurde daher «Das Freunde-Finden Buch. Ein Ratgeber für Kinder» von Lilli Gaesset und Sam Terry (2017) sowie «Sonnige Traurigtage. Ein Kinderfachbuch für Kinder psychisch kranker Eltern» von Shirin Homeier (2018) ausgewählt. Mit Blick auf das Internet haben wir die blogförmigen Schulhacks auf der Online-Präsenz von Cornelsen Scook, einer Lernplattform für Lehrpersonen, Schülerinnen und Schüler (vgl. Cornelsen Scook o.J.), sowie aus dem Online-Schüler-Magazin der in Berlin ansässigen sofaturator GmbH (vgl. Sofaturator o.J.) ausgewählt. Diese beiden Ratgeberangebote waren auffällig, da sie ein neues Thema und zugleich ein spezifisches mediales Format abbilden, das in keinem der von uns erfassten Ratgeberbücher gefunden wurde. Dass wir zwei Blogs verwendet haben, gründet auch darin, dass ihre Inhalte – wie es auch bei den Büchern der Fall ist – vorrangig auf Texten basieren, so dass mit Blick auf die Kommunikationselemente eine grundsätzliche Vergleichbarkeit gewährleistet ist.⁶

Mithilfe des MAXQDA Web Collectors wurden die Internetseiten in ihrem im Browser angezeigten Format in den Datensatz aufgenommen.⁷ Die Bücher wurden eingescannt und ebenfalls softwarebasiert kodiert. Hierbei haben wir die Bücher und Blogs zunächst unabhängig voneinander gelesen und entlang der Forschungsfrage zu den kommunikativen Elementen der Ratgebermedien erste Kategorien am Material generiert. Anschliessend wurden diese Kategorien abgeglichen und im konsensuellen Verfahren beschlossen, bevor das gesamte Material erneut kodiert wurde (vgl. Kuckartz 2016). Auf diese Weise wurden die Intersubjektivität und die kommunikative Validierung der Analyseschritte sichergestellt. Forschungsmethodisch wurde dabei das inhaltsanalytische Prinzip der Kategorienbildung in die Dokumentenanalyse integriert: Nach Nicole Hoffmann können gedruckte wie auch digitale Dokumente «als unabhängig von der jeweils eigenen Forschung bereits vorfindliche Objektivationen

6 Insbesondere vor diesem Hintergrund wäre eine Analyse von YouTube-Videos nur schwer möglich gewesen – hierfür sind eigene Untersuchungen angedacht, für die Forschungsmethoden wie die Videoanalyse erforderlich sind.

7 Verweise auf die Blogs werden daher mit Seitenzahlen zitiert; denn diese werden nach dem Importieren in MAXQDA automatisch erstellt.

menschlicher Praxis verstanden werden, deren wissenschaftliche Stellung auf ihrer regelgeleiteten Erfassbarkeit wie Bearbeitbarkeit als Bedeutungsträger beruht» (Hoffmann 2018, 118).

3. Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Untersuchung entlang der drei Forschungsfragen dargestellt. Im Hinblick auf die Themenüberblicke geschieht dies deskriptiv.

3.1 Welche Ratgeberthemen stehen auf dem Buchmarkt zur Verfügung?

Im Rahmen der Recherche zu den an Kinder adressierten Ratgeberbüchern konnten wir 103 Werke auf dem Buchmarkt identifizieren. Durch die Inhaltsanalyse wurden insgesamt 47 verschiedene Ratgeberthemen induktiv generiert. Einige Themen der Ratgeberbücher für Kinder fanden sich dabei gehäuft – dies sind, in absteigender Reihenfolge: Aufklärung/Sexualität, Selbstbewusstsein/Selbstbestimmung, Soziales Verhalten/Streit/Konfliktlösung, Umwelt/Nachhaltigkeit, Schulfächer- und Schulunterrichtsrelevantes, der Umgang mit Eltern, psychische Erkrankungen der Eltern, Mut, Pubertät und Mädchenspezifisches (vgl. Abb. 1).

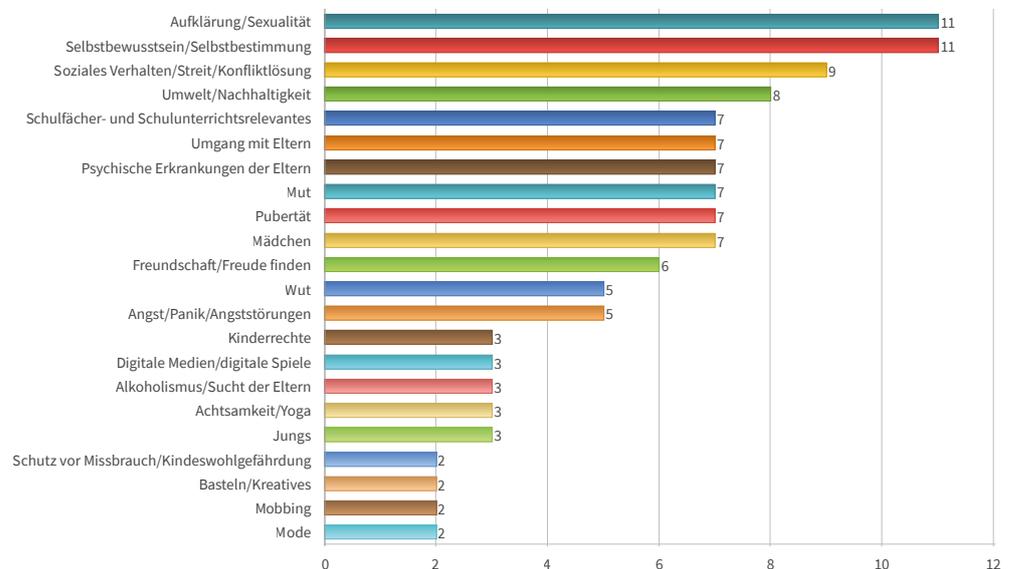


Abb. 1.: Häufigste Themen der an Kinder adressierten Ratgeberbücher (in absteigender Reihenfolge).

Unter die Kategorie Aufklärung/Sexualität fallen Bücher wie «Das Aufklärungsbuch für Kinder ab 8 Jahren: Altersgerechte Aufklärung für Mädchen und Jungen: Ein Ratgeber mit Tipps für Kids zu aufregenden Themen wie erwachsen werden und

die Pubertät» (Johannsen 2019), «Wie funktioniert das denn für Jungs??? Das Buch übers Erwachsenwerden» (Crossick 2016) oder «Klär mich auf. 101 echte Kinderfragen rund um ein aufregendes Thema» (Gathen und Kuhl 2017).⁸ Zur Kategorie Selbstbewusstsein/Selbstbestimmung zählen Bücher wie «Ich bin stark, ich sag laut Nein! So werden Kinder selbstbewusst» (Apenrade und Cordes 2020), «Warrior Kid. Wie Onkel Jake mich vom Außenseiter zum Kämpfer machte» (Willink 2019), «Gretas Geschichte. Du bist nie zu klein, um etwas zu bewirken» (Camerini 2019) oder Das Buch «Stärken erkennen – fit in 30 Minuten» (Wagner und Kunz 2010) aus der Reihe «Kids auf der Überholspur».

Bücher wie «Konrad, der Konfliktlöser. Clever streiten und versöhnen» (Eder, Molzbichler und Gasser 2014) oder «Was brauchst du? Mit der Giraffensprache und Gewaltfreier Kommunikation Konflikte kindgerecht lösen» (Grubhofer, Eder und Weingartshofer 2019) fallen unter die Kategorie Soziales Verhalten/Streit/Konfliktlösung. Unter der Kategorie Umwelt/Nachhaltigkeit finden sich schliesslich u.a. die Bücher mit dem Titel «Every day for future. 100 Dinge, die du selbst tun kannst, um das Klima zu schützen, nachhaltig zu leben und die Natur zu bewahren» (Bremm 2019) oder «Die kleinen Helfer der Erde – Umweltschutz für Kinder: Ein Kinderbuch für Natur und Umwelt» (Baumgartner 2020).

3.2 Welche Ratgeberthemen und welche medialen Formate stehen im Internet zur Verfügung?

Bei der Recherche nach Ratgebermedien im Internet konnten wir 29 an Kinder adressierte Ratgeberthemen auf verschiedenen Internetseiten identifizieren, darunter etwa auf den Portalen YouTube, geolino auf geo.de, seitenstark.de, hanisauland.de, kindernetz.de und überraschenderweise zum Teil auch auf kidipedia.de. Gefundene Themen, zu denen Kindern Tipps und Ratschläge erteilt werden, sind etwa Freundschaft/Freunde finden, Mode, Soziales Verhalten/Streit/Konfliktlösung, Basteln/Kreatives, Styling und Beauty, Anleitungen für Experimente und (Haus-)Tiere/Lieblingstiere (vgl. Abb. 2). Aber auch unerwartete Themen wie Ratgeber für Kinder zum App-Download, Filmtipps für Kinder oder Schulhacks traten auf. Bei den medialen Ratgeberformaten im Internet handelte es sich nicht nur um klassische Internetseiten, die schriftlich und/oder bebildert sind, sondern auch um Videoangebote, z.T. aber auch um Blogs und Internetmagazine.

⁸ Diese und die folgenden Ratgeberbücher haben wir nicht im Literaturverzeichnis angegeben, da sie selbst kein Auswertungsmaterial für die vorliegende Untersuchung bilden, sondern stattdessen am Schluss des Beitrags eigens aufgelistet.



Abb. 2.: Themen von an Kinder adressierten Ratgebermedien im Internet.

3.3 Kommunikative Elemente medialer Kinderratgeber im Vergleich – zwei Ratgeberbücher und zwei school hack-Blogs

Die kommunikativen Elemente der buchförmigen und der blogförmigen Ratgeber für Kinder weisen möglicherweise mehr Unterschiede als Gemeinsamkeiten auf. Alle vier Angebote aus dem gewählten Sample enthalten *explizite Ratschläge und Handlungsaufforderungen*, Aufklärung durch *Wissensvermittlung*, die Darstellung *fiktiver Situationen* und darüber hinaus auch *Werbung* für weitere (meist kostenpflichtige) Ratgeberangebote: In dem eher narrativ und für das betroffene Leserkind identifikatorisch angelegten, bebilderten Buch «Sonnige Traurigtage» von Schirin Homeier werden Depressionen eines Elternteils thematisiert. Das Buch enthält dabei u.a. Ratschläge zu den konkreten Fragen «Wer kann mir helfen?» oder «Mit wem kann ich reden?» (Homeier 2018, 89, 91). Der Ratgeber «Das Freunde-Finden Buch» von Lili Gaesset und Sam Terry weist solche expliziten Ratschläge in Form konkreter Tipps diesbezüglich auf, dass man zu anderen freundlich sein sollte, wenn man selbst Freunde haben will, und dass die Leserkinder belebte und gesellige Orte wie Spielplätze, Clubs, Vereine oder schulische Freizeitangebote besuchen sollten (vgl. Gaesset und Terry 2017, 13, 21). Bei den zwei Blogs zu Schulhacks, die jeweils in Form knapper Absätze zu verschiedenen schulrelevanten Themen aufgebaut sind, zeigen sich explizite Ratschläge durchgängig in allen Absätzen – so etwa in Tipps zur Organisation des Schulalltags mit Post-its, zur farblichen Markierung fächerbezogener Hefter, dazu, dass durch Wiederholung von Unterrichtsstoff noch am gleichen Tag effektiv gelernt werde und dass mit Google Scholar besser für die Schule recherchiert werden könne als mit der Standardsuchmaschine von Google (vgl. Sofatutor o.J., 0, 2).

Ein deutlicher Unterschied zwischen den Büchern und den Blogs liegt in der höheren Vielfalt von Kommunikationsangeboten aufseiten der Bücher. Die Blogs zeigen sich eher homogen und kaum abwechslungsreich in Bezug auf die Art der Darstellung. Anders als die Bücher, enthalten sie jedoch Verlinkungen zu weiteren Tipps und

Ratschlägen – bei Sofa-Tutor z. B. für abwechslungsreiche Satzanfänge in schriftlichen Prüfungen oder zum Vokabellernen bzw. zur Konzentrationssteigerung durch Sport (vgl. Sofatutor o.J., 1-2). Ausserdem ist in beiden Blogs Werbung für thematisch passende, allerdings kostenpflichtige Tipps enthalten, die anders als bei den Büchern unmittelbar in Anspruch genommen werden können – bei Sofa-Tutor etwa durch ein eigenes Angebot mit dem Titel: «So lernst du mit Spaß und verbesserst die Noten» (ebd., 1). Die fiktiven Situationen, mit denen in der Darstellung der Blogs gearbeitet wird, sind ausserdem im Vergleich zu den Büchern keine ausführlichen Schilderungen, sondern eher schlagwortartig eingeworfene Erfahrungen aus dem Schulalltag – bei Cornelsen Scook z. B. die Situation, dass das Schulbuch im Rucksack nass geworden sei (vgl. Cornelsen Scook o.J., 0) –, zu denen dann entsprechende Problemlösungen angeboten werden.

Die Bücher weisen demgegenüber ausführliche Reflexionsangebote für Leserinnen und Leser, Suggestivfragen, Checklisten, Notizseiten und Verweise auf Bezugspersonen und Bekannte als kommunikative Elemente auf. Das Buch «Sonnige Traurigtage» verwendet zudem Illustrationen, die eine erzählte Geschichte eines Kindes veranschaulichen, das eine an Depression erkrankte Mutter hat, ebenso wie eine Liste mit Telefonnummern und Internetadressen zur externen Hilfesuche sowie spezielle Klärungen der Fragen, ob jemand Schuld an der Situation sei und warum man als Kind in dieser Lage wütend sei (vgl. Homeier 2018, 94, 98–103). Im «Freunde-Finden Buch» finden sich darüber hinaus auch Aufgabenstellungen und Erkundungsaufträge, Anleitungen (z. B. für Spielideen mit Freunden) sowie die eigene Reflexion anregende Ergründungen individueller Handlungsmöglichkeiten des Leserkindes (vgl. Gaesset und Terry 2017, 22, 32–9). Zudem findet sich dort ein Evaluationsteil mit Fragen zu möglichen Veränderungen nach dem Lesen und Durcharbeiten des Buches (vgl. ebd., 53–9) sowie ein Teil mit Aufgaben für Freundinnen und Freunde des Leserkindes (vgl. ebd., 72).

4. Diskussion, Fazit und Forschungsausblicke

Deutlich wird durch den vorgelegten Überblick, dass im Internet und auf dem Buchmarkt zahlreiche Angebote existieren, mit denen Kindern Ratgeberwissen über verschiedenste Themen dargeboten wird. Insbesondere im Internet scheint – womöglich stärker als dies bei Elternratgebern der Fall sein könnte – die kommunikative Funktion des Rat Gebens nicht selten in Unterhaltungs- und/oder Informationsmedien eingeflochten zu sein. Die Schulhacks beispielsweise enthalten durch ihre Tipps und Ratschläge zur Organisation des Schulalltags von Kindern und Jugendlichen zwar Appelle zur entsprechenden Verhaltensoptimierung, könnten aber – gerade im Format der online-Videos (vgl. grundlegend: Valentin 2018; Ruge 2019; Rummler 2017; Rummler und Wolf 2012) auf YouTube – zugleich auch als in die kindlichen

Lebenswelten integrierte Unterhaltungsmedien fungieren (vgl. Sauerbrey et al. 2020). An Kinder adressierte Ratgebermedien appellieren daher als solche – je nach Darstellung – mal mehr, mal weniger explizit.

Wenngleich wir mit Blick auf den Buchmarkt bei unserer Untersuchung von einer Vollerhebung der zum Erhebungszeitpunkt explizit ausgewiesenen Ratgeberbücher ausgehen, so gilt dies nicht annähernd für unsere Recherche im Internet. Hier konnte die Angebotsdimension mittels der Recherchestrategie keineswegs vollständig erfasst werden. Im Internet sind weitere Ratgeberangebote in einer sehr hohen Anzahl zu vermuten, v. a. auf dem laut KIM-Studie 2018 (vgl. Feierabend, Rathgeb, und Reutter 2019) von Kindern zwischen sechs und dreizehn Jahren häufig genutzten Portal YouTube. Hinsichtlich der Bücher ist ausserdem anzumerken, dass durch unsere Erhebungsstrategie nur die qua Buchtitel, Layout und Klappentext erkennbaren Ratgebermedien für Kinder erfasst werden konnten. Kinderliteratur, die die Textfunktion des Rat Gebens nur stellenweise oder implizit enthält (z. B. die «Conni-Bücher», vgl. Sauerbrey et al. 2020), konnten daher nicht einbezogen werden. Ausserdem waren wir in Bezug auf die Adressierung der Bücher an Kinder zwischen sechs und dreizehn Jahren neben Informationen auf dem Klappentext abhängig von Angaben zu Altersspannen der Verlage und des Buchhandelsportals amazon.de.⁹

Gleichwohl lässt sich auf Basis unserer explorativ erfassten Einsichten zeigen, dass es Ratgebermedien für Kinder gibt und dass diese zu mannigfaltigen Themen angeboten werden. Die im Titel des Aufsatzes angedeutete Frage nach einer Optimierung der Kindheit durch Ratgebermedien lässt sich jedoch nicht eindeutig beantworten. Blickt man auf die Themen der Angebote, so spricht einiges für die These, dass Kinder durch buchförmige und digitale Ratgebermedien verschiedenen Appellen zur Optimierung und Verhaltensanpassung hinsichtlich der Gestaltung von sozialen Beziehungen in peer groups, ihrer Rolleneinnahme als «Mädchen» oder «Jungen» oder zum Umgang mit Eltern ausgesetzt sind: Das o. g. Buch «Warrior Kid. Wie Onkel Jake mich vom Außenseiter zum Kämpfer machte» stammt mit Jocko Willink von einem Autor, der auf dem Klappentext als Ex-Elitesoldat ausgewiesen wird und der insbesondere in den USA durch zahlreiche Ratgeberbücher zum Thema Leadership bekannt ist. Die Kinderbücher aus der Reihe «Kids auf der Überholspur», die im Untertitel allesamt mit dem Slogan «fit in 30 Minuten» werben und sich vor allem auf Tipps zum Lernen im Kontext von Schule konzentrieren, fanden sich unter den 103 Ratgeberbüchern gleich fünfzehnmal. Ob und wie solche Ratgebermedien jedoch von Kindern tatsächlich in Anspruch genommen werden, konnten wir in unserem Zugang

9 Die spartenspezifische Einordnung der über amazon.de gefundenen Bücher zeigt im Übrigen auch, dass diese vorrangig unter der Kategorie «Kinderbücher» eingeordnet werden – und der Grossteil der erfassten Ratgeber ist dort in einer Subkategorie namens «Freundschaft für Kinder» zusammen mit Comics, Romanen und anderen an Kinder adressierten Buchgenres zu finden. Diese Kategorisierung im Buchhandel könnte somit bei künftig neu erscheinenden Ratgeberbüchern für Kinder einen geeigneten Zugang zu den Dokumenten bieten.

nicht näher eruieren. Des Weiteren steht den o. g. spezifischen und offensichtlich auf die Optimierung domänenspezifischer Bereiche ausgerichteten Ratgebermedien eine grosse Anzahl an eher «lebensnahen» Ratgeberangeboten gegenüber, die auf kleinere Probleme und Themen des Alltags von Kindern – z. B. bei der Haustierpflege oder beim Basteln und anderen kreativen Tätigkeiten – eingehen und hierzu Ratsschläge, Problemlösungen und Tipps bieten.

Aus den Ergebnissen der vorliegenden Untersuchung und der parallel durchgeführten Inanspruchnahmestudie (vgl. Sauerbrey et al. 2020) lassen sich daher zwei zentrale Hypothesen für die künftige Erforschung von Ratgebermedien für Kinder ableiten:

1. Wenngleich umfangreiche Dokumentenanalysen zu Ratgebermedien für Kinder noch ausstehen, so könnten sich dennoch auch die auf Optimierung ausgerichteten durchaus als potenziell *zur Autonomie führende Medien* verstehen lassen, sofern sie (a.) die Unabhängigkeit von externer Hilfe von Kindern zum Ziel haben und (b.) eine deutliche Bildungsfunktion aufweisen (vgl. grundlegend auch Wolf 2015). Dass Kinder ihr Leben in Institutionen wie der Schule mitsamt ihren Verpflichtungen selbst bewältigen, ist ja nicht nur ein Anliegen von Ratgeberautorinnen und -autoren, sondern auch von Eltern, von Lehrpersonen (und durch die Schulpflicht ein Stück weit auch des Staates), mithin sogar der Kinder selbst.
2. Wenn dies weitergedacht wird, könnte es bedeuten, dass die Autorinnen und Autoren bzw. Urheberinnen und Urheber an Kinder adressierter Ratgebermedien aus einer erziehungswissenschaftlichen bzw. medienpädagogischen Sicht durchaus als *mediale Mit-Erziehende* verstanden werden können.

Näheres werden jedoch erst Dokumentenanalysen und weitere Inanspruchnahmestudien zeigen, die nun – ausgehend von dem vorliegenden Überblick über an Kinder adressierte Ratgebermedien – gezielt durchgeführt werden können.

Literatur

- Bröckling, Ulrich. 2002. «Das unternehmerische Selbst und seine Geschlechter». *Leviathan* 2/2002, 175–194. <https://doi.org/10.1007/s11578-002-0017-2>.
- Cornelsen Scook. o.J. Was kann Scook für mich tun? Zugriff 21.01.2020. <https://www.scook.de/scook/ueber-scook-5108>.
- Feierabend, Sabine, Thomas Rathgeb, und Theresa Reutter. 2019. «KIM-Studie 2018. Kindheit, Internet, Medien. Basisstudie zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland». Herausgegeben von Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs). Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (LFK, LMK). https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2018/KIM-Studie_2018_web.pdf.

- Fuhs, Burkhard. 2014. «Medien in der mittleren Kindheit». In *Handbuch Kinder und Medien*, herausgegeben von Angela Tillmann, Sandra Fleischer, und Kai-Uwe Fleischer, 313–322. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-18997-0>.
- Gaesset, Lili, und Sam Terry. 2017. *Das Freunde-Finden Buch. Ein Ratgeber für Kinder*. Frankfurt am Main: Eigenverlag Sarah Leist.
- Grenz, Dagmar. 1981. *Mädchenliteratur. Von den moralisch-belehrenden Schriften im 18. Jahrhundert bis zur Herausbildung der Backfischliteratur im 19. Jahrhundert*. Stuttgart: Metzler. Grenz 1981
- Harries, Victoria und Amy Brown. 2017. «The association between use of infant parenting books that promote strict routines, and maternal depression, self-efficacy, and parenting confidence». *Early Child Development and Care* 8/2019, 1339–1350. <https://doi.org/10.1080/03004430.2017.1378650>.
- Heimerdinger, Timo. 2015. «Zwangloser Zwang? – Lebensratgeber-Literatur, Selbstformung und Alltagspragmatik». In *Selbstformung. Beiträge zur Aufklärung einer menschlichen Praxis*, herausgegeben von Ruth Conrad, und Roland Kipke, 97–113. Münster: Mentis.
- Heinecken, Dawn. 2016. «Empowering Girls Through Sport? Sports Advice Books for Young Female Readers». *Children's Literature in Education* 47 (4): 325–342. <https://doi.org/10.1007/s10583-016-9281-7>.
- Höffer-Mehlmer, Markus. 2003. *Elternratgeber. Zur Geschichte eines Genres*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.
- Hoffmann, Nicole. 2010. «Terraingewinn bei Identitätsverlust? Professionalität im Buchmarktsegment der ›Lernratgeber für Erwachsene‹». In *Professionalität zwischen Praxis, Politik und Disziplin*, herausgegeben von Christiane Hof, Joachim Ludwig, und Burkhard Schäffer, 6–18. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.
- Hoffmann, Nicole. 2018. *Dokumentenanalyse in der Bildungs- und Sozialforschung. Überblick und Einführung*. Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Homeier, Schirin. 2018. *Sonnige Traurigtage. Ein Kinderfachbuch für Kinder psychisch kranker Eltern*. 7. Auflage. Frankfurt am Main: Mabuse-Verlag.
- John, Judith Gero. 2005. «I Have Been Dying to Tell You: Early Modern Advice Books for Children». *The Lion and the Unicorn* 29 (1): 52-64. <https://doi.org/10.1353/uni.2005.0010>.
- Kleiner, Stephanie, und Robert Suter. 2015. *Guter Rat. Glück und Erfolg in der Ratgeberliteratur 1900-1940*. Berlin: Neofelis.
- Knauf, Daniel. 2011. *Eltern-APP. Ein neues Konzept der Familienbildung? Diplomarbeit*. Bamberg: opus. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:bvb:473-opus4-64061>.
- Knauf, Helen. 2019. «Disenchantment of the Family. Mediatisation of Parenthood in Family Blogs». *MedienPädagogik* (Einzelbeiträge), 156–173. <https://doi.org/10.21240/mpaed/00/2019.12.03.X>.

- Krüger, Jens Oliver, und Sofia Konrad. 2019. «Neues aus der pädagogischen Apotheke? Zur Thematisierung von Wirksamkeitsversprechen in Ratgebern für Lehrer*innen». In *Wirksamkeit als Argument. Wittenberger Gespräche*. Bd. 6, herausgegeben von Jens Krüger, und Thomas Müller, 89–101. Halle-Wittenberg: MLU. <http://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-183067>.
- Kuckartz, Udo. 2016. *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. Weinheim: Beltz Juventa.
- La Roche, Sophie von. 1797. *Mütterlicher Rath für junge Mädchen*. In *Briefen an Lina*. Mannheim: Loeffler. <http://resolver.sub.uni-goettingen.de/purl?PPN62964425X>.
- Nassen, Ulrich. 1988. «Diaetetische Grundsätze im Spiegel der Kinder- und Jugendliteratur um 1800. Skizzen». *Sprache und Literatur in Wissenschaft und Unterricht* 62/1988, 68–74.
- Oels, David, und Anke Vogel. 2012. «Wie und warum man Kochbücher verwendet. Eine empirische Studie». *Non Fiktion* 7. *Ratgeber* 1–2/2012, 127–142.
- Ott, Christine, und Jana Kiesendahl. 2019. «Ratgeber und RAT GEBEN. Textlinguistische Reflexionen zur Identifizierung, Typologisierung und pragmatisch-stilistischen Analyse von Ratgebern». In *Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft. Grundlagen – Theorien – Reflexionen*, herausgegeben von Michaela Schmid, Ulf Sauerbrey, und Steffen Großkopf, 79–115. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Ramos, Kathleen D., und David M. Youngclarke. 2006. «Parenting advice books about child sleep: cosleeping and crying it out». *Sleep* 12/2006, 1616–1623. <https://doi.10.1093/sleep/29.12.1616>.
- Ricken, Norbert. 2013. «An den Grenzen des Selbst». In *Inszenierung und Optimierung des Selbst. Zur Analyse gegenwärtiger Selbsttechnologien*, herausgegeben von Ralf Mayer, Christiane Thompson, und Michael Wimmer, 239–257. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-00465-1_12.
- Ruge, Wolfgang B. 2019. «Mögliche Beiträge der Medienpädagogik(en) zu einer Erforschung des Ratgebers». In *Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft. Grundlagen – Theorien – Reflexionen*, herausgegeben von Michaela Schmid, Ulf Sauerbrey, und Steffen Großkopf, 63–77. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Rummler, Klaus, und Karsten D. Wolf. 2012. «Lernen mit geteilten Videos: aktuelle Ergebnisse zur Nutzung, Produktion und Publikation von online-Videos durch Jugendliche.» In *Media, knowledge and education: cultures and ethics of sharing/Medien – Wissen – Bildung: Kulturen und Ethiken des Teilens*, herausgegeben von Wolfgang Sützl, Felix Stalder, Ronald Maier, und Theo Hug, 253–266. Innsbruck: innsbruck university press. https://monoskop.org/images/f/fd/Suetzl_Stalder_Maier_Hug_eds_Media_Knowledge_and_Education_Cultures_and_Ethics_of_Sharing.pdf.
- Rummler, Klaus. 2017. «Lernen mit Online-Videos – Eine Einführung». *Medienimpulse. Beiträge Zur Medienpädagogik* 2/2017, 1–27. <https://doi.org/10.21243/mi-02-17-09>.

- Sauerbrey, Ulf, Inga Petruschke, Sven Schulz, Ketura Herklotz, und Horst-Christian Vollmar. 2018. «Elternratgeber zur Kindergesundheit. Ein Überblick über populärmedizinische Themen auf dem deutschen Buchmarkt». *Zeitschrift für Allgemeinmedizin* 6/2018, 269–275. <https://doi.org/10.3238/zfa.2018.0269-0275>.
- Sauerbrey, Ulf, Alina Schischke, Sophia Müller, Nora Märtin, und Claudia Schick. 2020. «Zur Inanspruchnahme von Ratgebermedien durch sechs- bis dreizehnjährige Kinder. Eine qualitative Explorationsstudie». *Medienimpulse* 2/2020. <https://doi.org/10.21243/mi-02-20-10>.
- Sauerteig, Lutz. 2010. «Wie soll ich es nur anstellen, ohne etwas falsch zu machen? Der Rat der Bravo in Sachen Sex in den sechziger und siebziger Jahren». In *Fragen Sie Dr. Sex! Ratgeberkommunikation und mediale Konstruktion des Sexuellen*, herausgegeben von Peter-Paul Bänziger, Stefanie Duttweiler, Philipp Sarasin, und Annika Wellmann, 123–158. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Schmid, Michaela, Ulf Sauerbrey, und Steffen Großkopf. 2019. «Einleitung». In *Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft. Grundlagen – Theorien – Reflexionen*, herausgegeben von Michaela Schmid, Ulf Sauerbrey, und Steffen Großkopf, 7–14. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Sofatutor, o.J. «School Hacks: Mach dir den Schulalltag leichter!» <https://magazin.sofatutor.com/schueler/school-hacks-mach-dir-den-schulalltag-leichter>.
- Statista. 2019. «Wo kaufen Sie gedruckte Bücher, wenn Sie diese online bestellen?» <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/661064/umfrage/online-einkauf-von-gedruckten-buechern-in-deutschland>.
- Thompson, Christiane. 2013. Im Namen der Autorität: Spielarten der Selbstinszenierung in pädagogischen Ratgebern. In *Zur Inszenierungsgeschichte pädagogischer Erlöserfiguren*, herausgegeben von Patrick Bühler, Thomas Bühler, und Fritz Osterwalder, 19–36. Bern: Haupt.
- Valentin, Katrin. 2018. «Video-Tutorials. Eine systematisierende Annäherung aus erziehungswissenschaftlicher Perspektive». *Medienimpulse. Beiträge Zur Medienpädagogik* 2/2019, 1–27. <https://doi.org/10.21243/mi-04-18-07>.
- Vidal, Nicole. 2019. «Eine Analyse didaktischer Ratgeberliteratur für Lehrkräfte». In *Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft. Grundlagen – Theorien – Reflexionen*, herausgegeben von Michaela Schmid, Ulf Sauerbrey, und Steffen Großkopf, 131–151. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Wolf, Karsten D. 2015. «Bildungspotenziale von Erklärvideos und Tutorials auf YouTube: Audio-Visuelle Enzyklopädie, adressatengerechtes Bildungsfernsehen, Lehr-Lern-Strategie oder partizipative Peer Education?». *merz* 1/2015, 30–36.

Aufgeführte Ratgeberbücher

- Apenrade, Susa, und Miriam Cordes. 2020. *Ich bin stark, ich sag laut Nein! So werden Kinder selbstbewusst*. Würzburg: Arena.
- Baumgartner, Martina. 2020. *Die kleinen Helfer der Erde – Umweltschutz für Kinder: Ein Kinderbuch für Natur und Umwelt*. München: BookRix.
- Bremm, Ulrike. 2019. *Every day for future. 100 Dinge, die du selbst tun kannst, um das Klima zu schützen, nachhaltig zu leben und die Natur zu bewahren*. Stuttgart: frechverlag GmbH.
- Camerini, Valentina. 2019. *Gretas Geschichte. Du bist nie zu klein, um etwas zu bewirken*. Königswinter: Plaza.
- Crossick, Matt. 2016. *Wie funktioniert das denn für Jungs???* Das Buch übers Erwachsenwerden. Bath: Parragon.
- Eder, Sigrun, Daniela Molzbichler, und Evi Gasser. 2014. *Konrad, der Konfliktlöser. Clever streiten und versöhnen*. Salzburg: Edition Riedenburg.
- Gathen, Katharina von der, und Anke Kuhl. 2017. *Klär mich auf. 101 echte Kinderfragen rund um ein aufregendes Thema*. Leipzig: Klett Kinderbuch.
- Grubhofer, Hanna, Sigrun Eder, und Barbara Weingartshofer. 2019. *Was brauchst du? Mit der Giraffensprache und Gewaltfreier Kommunikation Konflikte kindgerecht lösen*. Salzburg: Edition Riedenburg.
- Johannsen, Yumi. 2019. *Das Aufklärungsbuch für Kinder ab 8 Jahren: Altersgerechte Aufklärung für Mädchen und Jungen: Ein Ratgeber mit Tipps für Kids zu aufregenden Themen wie erwachsen werden und die Pubertät*, o.O.: Independently published.
- Willink, Jocko. 2019. *Warrior Kid. Wie Onkel Jake mich vom Außenseiter zum Kämpfer machte. Warrior Kid: Wie mein Onkel Jake mir half, vom Außenseiter zum Kämpfer zu werden*. München: Riva.
- Wagner, Hardy, und Monika Kunz. 2010. *Stärken erkennen – fit in 30 Minuten*. Offenbach: GABAL.